

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Pelanggan *Onlineshop* Ilookshoes)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memeroleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

Syayyiatul Fadlilah

B 100150156

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

“PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pelanggan *Onlineshop Ilookshoes*)”

Yang ditulis dan disusun oleh:

Syayyiatul Fadlilah

B 100150156

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 01 Juli 2019

Pembimbing Utama



(Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Drs. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **SYAYYIATUL FADLILAH**
NIM : **B 100 150 156**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pelanggan Onlineshop Ilookshoes)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 01 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,

(SYAYYIATUL FADLILAH)

MOTTO

Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan itu adalah untuk dirinya sendiri”

(QS Al-Ankabut [29]: 6)

“Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan”

(Ali bin Abi Thalib)

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”

(Aristoteles)

“Sesuatu yang belum dikerjakan seringkali tampak mustahil, kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik”

(Evelyn Underhill)

“Waktumu terbatas, jangan habiskan dengan mengurus hidup orang lain”

(Steve Jobs)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah Swt. atas rahmat dan karunia-Nya hingga terselesaikannya skripsi ini, kupersembahkan untuk:

- Bapak dan Ibu yang sangat aku sayangi sebagai wujud baktiku kepada kalian, terimakasih atas segala kasih sayang dan kerja keras kalian yang selalu kalian curahkan kepadaku, doa yang tiada lelah, nasihat, selalu memberiku semangat jika merasa putus asa dan berbagai dukungan materil kalian berikan kepadaku, semoga ini menjadi langkah awal bagiku untuk membahagiakan kalian.
- Dosen pembimbingku Bapak Wiyadi yang selalu sabar dalam membimbingku hingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
- Adik-adikku yang aku sayangi yang memberikanku motivasi untuk selalu berusaha dan semangat.
- Teman-teman yang selalu memberiku semangat, pengarahan dan doa.
- Keluarga besar yang mendoakanku.

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah Swt. atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Onlineshop Ilookshoes)”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Sri Padmanty, Drs., MBA., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam studi penulis.
5. Bapak Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D selaku pembimbing utama yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi.

6. Seluruh Dosen program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Bapakku Edi Muhammad, Ibukku Umi Safitri, adikku-adikku Fakhrol, Mifta dan Nayla serta keluarga besarku yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan studi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Temanku Duwi Maya, Aangraini, Nur Dwi Ariyanti, Juwita Puspa dan teman-teman SMA ku yang tidak dapat penulis sebutkan satu perasatu yang telah memberikan bantuan, semangat dan doanya.
9. Kak Siti Yusri Fatihah selaku pemilik onlineshop Ilookshoes yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian, doa dan dukungan sehingga penelitian ini bisa terlaksana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat diapresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surakarta, 01 Juli 2019
Penulis

SYAYYIATUL FADLILAH

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Tinjauan Teori	12
1. Keputusan Pembelian.....	12
2. Brand Image	18
3. Kualitas Produk.....	23
4. Harga	27
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Hipotesis	36
D. Kerangka Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39

	B. Desain Pengambilan Sampel	39
	C. Data dan Sumber Data	41
	D. Metode Pengumpulan Data	41
	E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	42
	F. Teknik Analisis Data	45
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	52
	A. Gambaran Singkat Objek Penelitian	52
	B. Deskripsi Responden	54
	1. Karakteristik Responden	54
	2. Kategorisasi Data Penelitian	56
	C. Analisis Data	58
	1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	58
	2. Pengujian Asumsi Klasik	61
	3. Uji Regresi Linear Berganda.....	64
	4. Pengujian Hipotesis.....	65
	D. Pembahasan	68
	1. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	68
	2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	69
	3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V	PENUTUP	72
	A. Kesimpulan	72
	B. Keterbatasan Penelitian	73
	C. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Rumus skala likert	44
Tabel 3.2	Rumus Kategorisasi.....	45
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	54
Tabel 4.2	Hasil Perhitungan Rumus Norma.....	56
Tabel 4.3	Deskripsi Data Variabel Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X1).....	58
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	59
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)	60
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Normalitas.....	62
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Multikolinearitas	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Glejser.....	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	38
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Data Responden
Lampiran 3	Hasil Frekuensi Karakteristik Responden
Lampiran 4	Hasil Frekuensi Deskripsi Data Variabel
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dengan Analisis Bivariate
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Lampiran 8	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 9	Hasil Uji Glejser
Lampiran 10	Hasil Uji Multikolinearitas
Lampiran 11	Hasil Perhitungan dengan Menggunakan Rumus Norma Kategorisasi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian studi pada pelanggan onlineshop Ilookshoes. Sampel penelitian ini adalah sebagian wanita remaja/dewasa yang sudah pernah melakukan pembelian di *onlineshop* Ilookshoes minimal satu kali, dengan menggunakan teknik sampling *non probability* sampling dengan metode *purposive sampling* sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner secara online melalui media sosial instagram dan whatsapp. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, (2) kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan (3) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Ilookshoes.

Kata kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image, product quality and price on study purchasing decisions on Ilookshoes online customers. The sample of this study is that some teenage / adult women who have made purchases at the Ilookshoes online shop at least once, using non-probability sampling techniques with a purposive sampling method of 100 respondents. Methods of collecting data using questionnaires online through social media instagram and whatsapp. The analytical tool used is multiple linear regression. The results show that, (1) brand image has a significant effect on consumer purchasing decisions, (2) product quality has no significant effect on consumer purchasing decisions, and (3) price has a significant effect on consumer purchasing decisions of Ilookshoes.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Price and Purchasing Decision.*